

Příklad: Návrat Kodaku na japonský trh

Po roce 1945 nastala demilitarizace Japonska – Japonsko má militarizaci v krvi (samurajové apod.) a Američané chtěli docílit toho, aby byli z Japonců „normální“ lidé, kteří obchodují. Proto Američané předali své firmy, které měli v Japonsku, Japoncům v rámci demilitarizace (zakázali jim vyrábět zbraně a museli vyrábět mírovou produkci). Tím se Američanům v Japonsku vyvinula konkurence. Tehdy tam působila i firma Kodak na trhu fotografických materiálů.

V 80. letech 20. století byla firma Eastman Kodak neschopná čelit japonskému vpádu. Zisky Kodaku klesly. Firma Fuji chtěla růst, což Američané pochopili jako útok na Kodak. Kodak se rozrostl, přesunul se do Japonska a rostly jeho zisky. Vstup na japonský trh ho stál 500 milionů USD. Z tohoto hlediska je Japonsko 2. největší trh po USA – Japonci hodně a rádi fotografují. Tím začal být domácí trh Fuji ohrožen.

Kodak prodával v Japonsku fotomateriály již v roce 1889. V roce 1984 byla rozbita většina ochranných poválečných bariér na japonských trzích. Kodak založil joint venture, zakoupil akcie svých dodavatelů a sponzoroval různé akce (např. japonský olympijský tým na OH v Soulu).

V současnosti má firma Kodak 15% tržní podíl, první na trhu je firma Fuji. Ve městech má 35% podíl na amatérském trhu, 85% podíl v RTG filmech pro lékařství a polygrafických filmech pro výrobce. Kodak stále bojuje s Fuji a Fuji se zase snaží firmu Kodak z Japonska vytlačit.